

Лидеры мнений и каналы их коммуникации с обществом.

Научный руководитель – Сегал Александр Петрович

Петроченкова Анастасия Андреевна

Студент (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан
E-mail: petrochenkova.1994@mail.ru

Термин «лидеры мнений» был введён в научный оборот только в 1955 году Полом Лазарсфельдом в своей книге «Личное влияние». Этим термином обозначали людей, которые имели авторитет в какой-либо социальной группе и могли оказать на неё определённое необходимое влияние в процессе обсуждения сообщений средств массовой коммуникации (СМК). Помимо Лазарсфельда свой вклад в изучение и разработку этого понятия внесли ещё такие учёные, как Р. Мертон, Ч. Райт Миллс, Б. Берельсон, представившие теорию, которая объясняет сам механизм передачи информации широкой публике через влиятельных в данном определённом обществе людей.[1]

Сегодня лидерами мнения принято считать тех людей, которые выступают посредником в передаче информации от СМИ к собственной целевой аудитории, также они могут по своему интерпретировать эту информацию.[1]

Как у всех социальных групп, у лидеров мнений есть свои отличительные черты и к ним можно отнести:

1. Активную жизненную позицию;
2. Обширную сеть контактов;
3. Желание решать проблемы общества;
4. Уверенность при формировании какого-либо тренда.

Лидеры общественного мнения должны продвигать себя и транслировать в свою аудиторию именно ту информацию, которая им нужна. Для этого им конечно же необходим регулярный анализ своей публики, её настроение и предпочтения, а также нужно учитывать каналы, по которым они смогут донести свою мысль до каждого своего слушателя.

В прошлом столетии основными средствами массовой коммуникации были те виды СМИ: телевидение, газеты, журналы, радио и все они активно использовались для донесения необходимой информации до общества. Ими же пользовались и лидеры общественного мнения, которые были в основном в политических, научных и культурных кругах.

С развитием информационных технологий, повсеместному внедрению интернета в жизнь человечества, у лидеров мнения появилось ещё одно пространство, где они могут поднимать социально значимые вопросы на общественное обсуждение, и это все возможные интернет ресурсы: сайты, блоги, страницы в социальных сетях. В этом пространстве нет ограничений, можно создать и поддерживать абсолютно любой образ, который только будет нравиться публике. В частности, социальные сети сегодня стали той самой глобальной паутиной, где каждый может найти свою аудиторию и подавать рассчитанную именно на неё и необходимую информацию.

В современных реалиях с уверенностью можно сказать, что самым популярным каналом коммуникации у лидеров мнения в 21 веке являются именно социальные сети. Ведь чтобы быть лидером мнения сейчас, необязательно быть специалистом в той или иной области, достаточно твердо и решительно показывать свою гражданскую позицию, которая будет отражать позицию определенного круга лиц, последние в свою очередь и станут

последователями своего лидера. Но как показывает практика это не всегда верная тактика, потому что человек, который является специалистом в той или иной области сможет намного лучше и более грамотно донести информацию до своей аудитории. Например, медик, который ведёт блог о здоровье, сделает научную информацию о правильном питании более легкой для понимания обывателей, с учетом всех тонкостей своей области знаний.

Возвращаясь к каналам продвижения, необходимо отметить, что согласно статистике на 2023 год социальные сети насчитывали 4, 76 миллиарда пользователей, что составляет чуть меньше 60% от общего населения мира, а общее количество пользователей интернета 5, 16 миллиарда. Всё это внушающие цифры, которые говорят сами за себя: в интернет пространстве может каждый найти своих единомышленников и создать сообщество, где будут продвигаться идеи лидера этого сообщества. [3]

В Узбекистане, начиная с 2015 года, также активно развивается деятельность лидеров мнения, появляются общественные движения, которые продвигают и отстаивают определённые идеи, каждая из которых находит свой отклик у населения республики. Активисты создают свои страницы в социальных сетях и мессенджерах, активно их ведут, набирают свою аудиторию и пропагандируют определённые идеи. Наиболее популярны в Узбекистане такие социальные сети, как инстаграм[1], фейсбук[2] и телеграмм. Очень многие переходят в телеграмм из-за удобства пользования мессенджером, возможностью быстрого отклика и безопасностью данного приложения. По статистике за 2023 год Узбекистан занял второе место после России по количеству пользователей телеграмм каналов и их аудиторий: в республике насчитывалось более 123 000 каналов и около 18 000 чатов, а суммарная аудитория всех каналов в Узбекистане составила 740 990 000 пользователей. Это также является причиной перехода многих лидеров мнений в телеграмм и ведения своих блогов именно там.[4]

В качестве примера, можно привести общественного деятеля Узбекистана Ислама Капарзо. Изначально он вёл свой блог в фейсбук[3], но потом для удобства своей аудитории он также открыл и телеграмм канал, где он дублирует, а порой и только туда вкладывает свежую информацию, там же он получает максимально быстрый и удобный отклик от аудитории. Таким образом, он доносит до своей публики острые социальные проблемы, публикации о необходимой помощи определенным людям в трудных ситуациях и также он помогает довольно быстро решать проблемы общества и помогать людям.

В заключении необходимо отметить важность наличия лидеров мнения, которые оказывают огромное влияние на формирование общественного мнения. Они не просто медийные личности, которые несут красоту и развлечения, они уже являются отличным инструментом для воздействия на умы населения всего мира. Это касается, как социально важных событий, так и отличным способом привлечения, удержания внимания, повышения лояльности общества и увеличения продаж товаров или услуг. А появление и стремительное развитие новых каналов распространения информации является значительным прорывом в коммуникации с обществом.

[1] Запрещён в Российской Федерации

[2] Запрещён в Российской Федерации

[3] Запрещён в Российской Федерации

Источники и литература

- 1) Вожжорова А.В., Пупкова Ю.В. Лидеры мнения в социальных сетях. // Научные труды КубГТУ. №6., 2017г.
- 2) Завгородняя М.Ю. Пол Лазарсфельд: новый взгляд на изучение электоральной коммуникации. // ЛОКУС: люди, общество, культуры, смыслы. №4., 2014г.

- 3) Чуранов Е. Статистика интернета и социальных сетей на 2023 год- цифры и тренды в мире и в России. [Электронный ресурс] // -2023. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2023-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii> (дата обращения 11.02.2024г)
- 4) Узбекистан занимает второе место в мире по количеству телеграмм каналов. [Электронный ресурс] Новостной сайт Кун.уз // -2023. – URL: <https://kun.uz/ru/news/2023/03/23/uzbekistan-zanimayet-vtoroye-mesto-v-mire-po-kolichestvu-telegramkanalov> (дата обращения 11.02.2024г)